

Training: Optimierung persönlicher und telefonischer Reklamationsgespräche

von Reinhard Fiehler

Zielgruppe

- Sachbearbeiter und Sachbearbeiterinnen in Reklamationsabteilungen
- Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Unternehmen, die telefonisch oder persönlich Reklamationen bearbeiten

Seminarziele

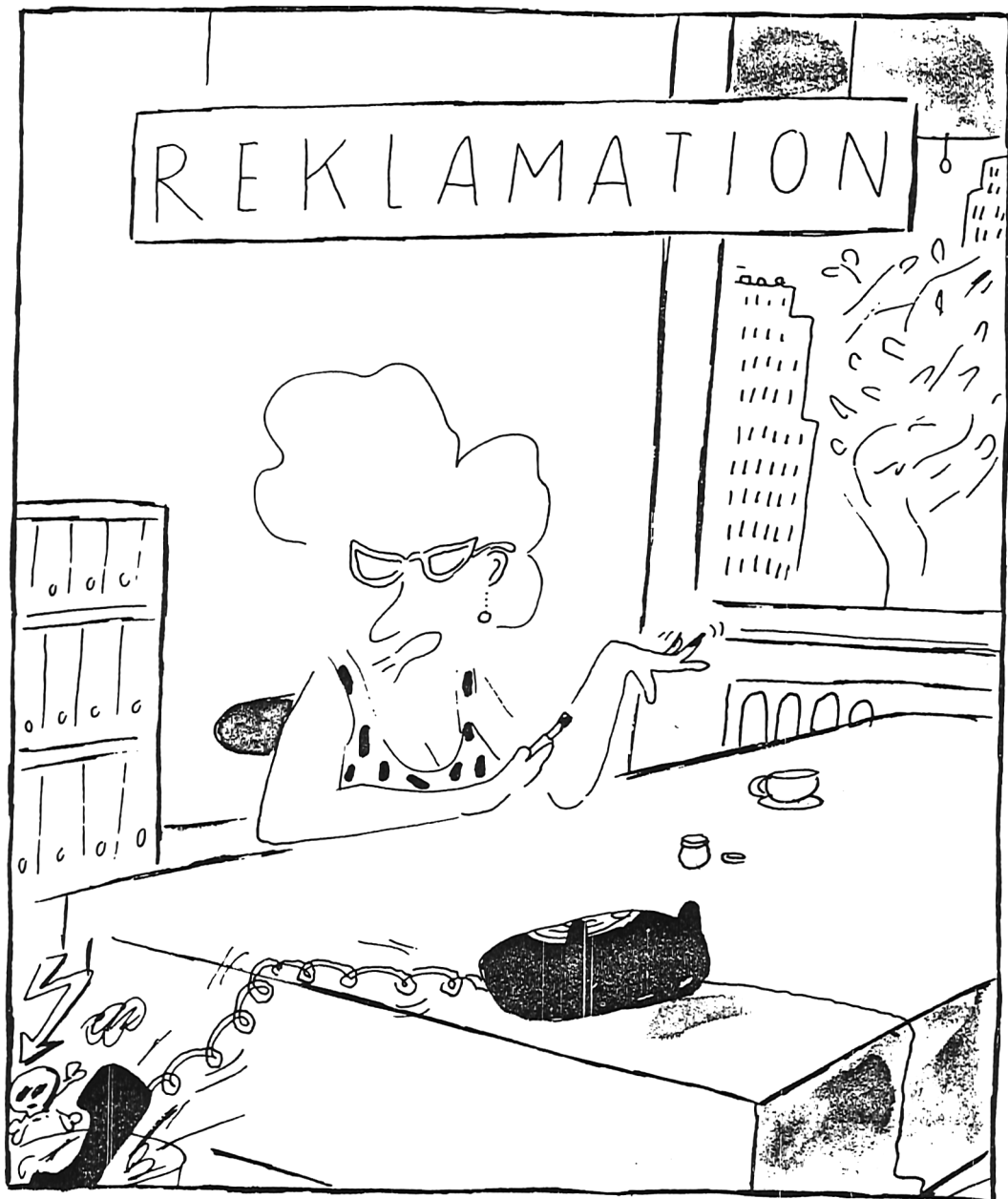
- Eigene, authentische Reklamationsgespräche der SeminarteilnehmerInnen werden auf die ihnen auftretenden kommunikativen Probleme hin untersucht. Gemeinsam werden alternative Verhaltensweisen gesucht und erprobt, um auf diese Weise Möglichkeiten der Gesprächsgestaltung zu erlernen, die sowohl für die KundInnen wie für die ReklamationsbearbeiterInnen zufriedenstellender sind.

Seminarinhalte

- Aufzeichnung eigener, authentischer Reklamationsgespräche
- Mikroanalyse der Gespräche auf der Grundlage von Verschriftlichungen dieser Gespräche (Transkriptionen), die detailliert Besonderheiten der gesprochenen Sprache wie Pausen, Abbrüche, Formulierungsschwierigkeiten, Stimmführung, Überlappungen etc. wiedergeben.
- Wiederkehrende Schwierigkeiten und kritische Situationen in den Reklamationsgesprächen
- Das Handlungsschema von Reklamationsgesprächen
- Verortung der Schwierigkeiten im Handlungsschema
- Gemeinsame Entwicklung und Erprobung von Alternativen kommunikativen Verhaltensweisen.

Zum Seminarablauf

Das Seminar besteht aus zwei Teilseminaren im Abstand von 4 Wochen. Die Teilseminare dauern jeweils zwei Tage. Im ersten Seminarblock (Themen 1–5) werden authentische Reklamationsgespräche der Seminarteilnehmer und -teilnehmerinnen bzw. möglichst praxisnah gestaltete Simulationen solcher Gespräche aufgezeichnet. Darüber hinaus werden Probleme der eigenen Arbeit thematisiert und das Besondere von Reklamationsgesprächen (im Vergleich zu anderen Gesprächstypen) herausgearbeitet. Ferner werden in der vorläufigen Analyse der eigenen



Also, Sie sind wirklich nur sehr schwer zu verstehen !

und in der Analyse von fremden Reklamationsgesprächen die Struktur und die typischen Aufgaben, die in diesen Gesprächen zu bewältigen sind, herausgearbeitet.

In der Zeit zwischen den Seminaren werden die authentischen Reklamationsgespräche verschriftlicht (transkribiert) und von dem Seminarleiter voranalysiert (Themen 6 und 7).

Der zweite Seminarblock (Themen 8–11) beinhaltet gemeinsame Analysen ganzer Gespräche sowie Untersuchungen zu einzelnen Aufgaben und den unterschiedlichen Möglichkeiten ihrer kommunikativen Realisierung in den verschiedenen Gesprächen. Der angegebene Zeitplan ist als grober Richtwert anzusehen und kann je nach Interessen der Teilnehmer/innen stark variieren.

Teil I: Erster Seminarblock

Einführung

 **09.00**

Plenum: Vorstellungsrunde

Gegenseitige
Kennenlernen

 **09.15**

Plenum: Organisation

Übungsbeschreibung: Die Regeln für die gemeinsame Arbeit (TZI-Regeln nach Ruth Cohn) werden den Teilnehmer und Teilnehmerinnen erklärt. Das Programm wird vorgestellt und die Besonderheiten dieses Trainings werden erläutert.

Orientierung
geben

Thema 1: Aufzeichnung von Reklamationsgesprächen

 **09.45**

Plenum: Ton-Band-Aufzeichnungen

Übungsbeschreibung: Es werden entweder authentische Reklamationsgespräche aufgezeichnet oder möglichst praxisnahe Gesprächssimulationen durchgeführt und aufgezeichnet.

Erhebung
Gesprächs-
material
das die Gr
für die fol
Analysen t

Hinweise/Tips:

Wichtige Voraussetzung ist, daß die Seminarteilnehmer ein Bewußtsein davon haben, daß in ihrer Gesprächspraxis immer wieder Schwierigkeiten auftreten und daß sie vor diesem Hintergrund bereit sind, ihre authentischen Reklamationsgespräche aus der normalen Arbeitspraxis aufzuzeichnen und zur Grundlage der Arbeit im Training zu machen. Die Ergebnisse des Seminars sind um so besser, je authentischer das Material ist bzw. je realitätsnäher die Simulationen sind.

🕒 12.15

Mittagessen**Thema 2: Das Besondere von Reklamationsgesprächen**

🕒 13.45

Plenum: Input Besonderheiten bzw.**Plenum: Brainstorming zu Besonderheiten**

In Abgrenzung zu verwandten Kommunikationsformen werden die Besonderheiten des Gesprächstyps „Reklamation“ herausgearbeitet

Übungsbeschreibung: Seminarleiter gibt entweder einen Input anhand des folgenden Charts oder es wird zunächst ein Brainstorming zu dem Thema „Reklamationsgespräche – was ist das Besondere“ durchgeführt.

Das Besondere von Reklamationsgesprächen im Vergleich zu anderen Gesprächstypen

- Reklamationsgespräche sind eine spezielle Art von Problemgesprächen.
- In ihnen enthalten sind Elemente der Beschwerde, des Konfliktes, der Beratung, der Verhandlung und der Argumentation.
- Die Problemdarstellung besteht im Vorbringen einer Beschwerde durch einen Kunden.
- Das die Beschwerde auslösende Problem ist für den Kunden schwerwiegend.
- Nach Auffassung des Kunden ist er selbst nicht für die Entstehung des Problems verantwortlich.
- Aus der Beschwerde ergeben sich bestimmte Nachfolgeprobleme, die im gemeinsamen Gespräch zu bearbeiten sind.

Thema 3: Das Handlungsschema von Reklamationsgesprächen

🕒 14.15

Plenum: Input durch Seminarleiter, Diskussion

Die Teilnehmer sollen die kommunikativen Aufgaben kennenlernen, die von den Beteiligten in einem Reklamationsgespräch zu bearbeiten sind

Übungsbeschreibung: Seminarleiter erklärt das Handlungsschema anhand des folgenden Charts

Chart: Handlungsschema/Aufgabenstruktur von Reklamationsgesprächen

Gesprächseröffnung

- Begrüßung
- Identifizierung
- Anknüpfung an vorausgegangene Gesprächskontakte/Interaktionen
- Vorgreifende Verdeutlichung des folgenden Kommunikationstyps
- Ouvertüre

Emotions- und Beziehungsbearbeitung (frei platzierbar)

● **Emotionsbearbeitung**

Manifestation von Emotionalität (Enttäuschung, Ärger etc.)
Vorwürfe
Reaktion auf Emotionalität
Anteilnahme
Vorwurfsbearbeitung

● **Beziehungskonstitution**

Imagepflege beider Seiten
Beziehungspflege

Bearbeitung des Sachproblems

● **Problemexplikation und Voraussetzungsklärung**

Klärung der personellen Zuständigkeit
Darstellung des Problems
Problemformulierung
Genese des Problems (z. B. Erzählung, Bericht)
Problembewertung

Problemklärung

Detaillierende Nachfragen
Prüfung der Problemdarstellung
Gemeinsame Problemdefinition und -ratifizierung
Klärung der Problemursachen
Erklärungen für die Problemstehung
Klärung der Schuldfrage

● **Problemlösung**

Vorschlag für eine Problemlösung
Verständigung über die Dringlichkeit der Problemlösung
Vorschlag für die Lösung des Sachproblems
Bewertung des Lösungsvorschlags
Entschädigung/Wiedergutmachung
Annahme/Ablehnung des Vorschlags zur Problemlösung
Ratifizierung der Problemlösungsfindung
Erörterung der folgenden Schritte zur Realisierung der Problemlösung
Überprüfung der Voraussetzungen zur Lösungsrealisierung
Lösungszusicherung

Weitere Durchläufe durch das Handlungsschema

Gesprächsbeendigung

- Rekapitulation und Ratifizierung des weiteren Procedere
- Danksagung
- Verabschiedung

🕒 16.00

Ende des ersten Seminartages

2. Tag

🕒 09.00

Plenum: Rekapitulation des Vortages

Thema 4: Vorläufige Analyse

🕒 09.30

Plenum: Vorläufige Analyse einzelner Reklamationen

Motivation der Teilnehmer

Übungsbeschreibung: Ausgewählte Gesprächsaufzeichnungen werden ad-hoc und vorläufig anhand der „Fragen zur Beurteilung von Gesprächen“ analysiert, um das Interesse an den eigenen wie an den Aufzeichnungen der Kollegen und Kolleginnen zufriedenzustellen und um einen ersten Überblick über die auftretenden Schwierigkeiten zu bekommen.

Fragen zur Beurteilung von Gesprächen

Fragen Sie sich bei jedem Gespräch: Fühlt sich der Kunde verstanden?

- Fühlt er sich als Person mit seinem individuellen Problem ernstgenommen?

Ihre Möglichkeiten, dies zu leisten: zuhören, nachfragen, sich in seine Lage versetzen, sich die Bedeutsamkeit des Problems vor Augen stellen, das Problem als individuelles, nicht als „Fall von“ sehen.

- Fühlt er sich an- und aufgenommen?

Ihre Möglichkeiten, dies zu leisten: ernsthaft und ausführlich auf seine Gefühle eingehen, eine symmetrische, gleichberechtigte Beziehung gestalten.

- Ist sein Problem zu seiner Zufriedenheit gelöst?
- Ist sein Verhältnis zum Unternehmen gefördert?

Welche Hinweise im Gesprächsverhalten des Kunden gibt es, daß es so ist?

Thema 5: Beispiele aus fremden Reklamationsgesprächen

🕒 11.00

Plenum: Demonstration, Diskussion

Übungsbeschreibung: Demonstration von zweckmäßigen und unzweckmäßigen Verhaltensweisen an Transkripten authentischer Reklamationen aus anderen Zusammenhängen.

Konkrete
tensaltern.
für die Prä
gen Motiv
für zweite
narblock

Teil II: Zwischen den Seminaren

Thema 6: Transkription der authentischen Gespräche/Simulationen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen

SeminarleiterIn: Transkription

Übungsbeschreibung: Durch die Transkription erstellt der Seminarleiter die empirische Grundlage für die folgende Analyse und den zweiten Seminarblock.

Beispiel für die Transkription eines Reklamationsgesprächs

FAHRKARTE

Reklamationsgespräch im Reisebüro

K: Kunde

A: Abteilungsleiter

B: Sachbearbeiterin

1 K: Ich hab ein . Problem und zwar .. hatte ich vorigen

2 K: Donnerstag (früh) eine Karte nach Köln gekauft
X: ((Nebengeräusche))

3 K: ehm ich glaube Sie hatten sie
B: (vorigen Donnerstag)

4 K: mir ausgestellt und . am letzten Freitag

5 K: 1[nee jetzt Sonntag bin ich von Köln nach Bielefeld

1[schneller]1

- 6 K: zurückgefahren]₁ ehm und hatte da am Schalter am
B: _____ aha
- 7 K: Bahnhof in Köln gesagt ich führe gern so/ so billig
- 8 K: wie möglich . von Köln nach Bielefeld . und da
B: _____ ja
- 9 K: stellte die Dame mir auf ein/ ein Twenticket aus was
- 10 K: zehn Mark billiger is .. und jetzt is meine Frage
B: _____ jaha
- 11 K: warum ham Sie das nich gemacht . (
B: _____]₂ (dann hätten Sie
]₂ schneller]₂
- 12 K: _____)
B: mir sagen können ob Sie demnächst sechszwanzig
- 13 K: _____ ach so hm hm tja
B: werden)]₂ s/ . also es kann durchaus sein es
- 14 K: _____ ja
B: gibt diese Twentoursfahrkarten das is richtig aber
- 15 K: _____ ehm ja ja ich hab ja
B: ich kann nich jeden Kunden fragen . wie alt is er ne
- 16 K: kurz/ ich hab denn halt/
B: _____]₃ [wenn ich mir Sie angucke Sie
]₃ schneller]₃
- 17 K: _____ ja gut
B: sehn nich unbedingt so aus als ob Sie noch unter
- 18 K: _____ ich hab den Personalausweis da den hat ich
B: sechszwanzig wärn]₃
- 19 K: auch damals da . tja
B: _____ also für gewöhnlich fragen wir schon

- 20 K: ja
B: danach ... 4[aber Ihnen da jetzt Geld zu erstatten
4[schneller]4
- 21 K: eh warum .
B: das kann ich nicht machen]4 ich kann's
- 22 K: wieso . das versteh ich jetzt
B: einfach nicht . erstmal hab ich
- 23 K: allerdings nicht ja das .
B: dann abends ne Differenz in meiner Kasse
- 24 K: 5[interessiert mich aber nicht]5 na ja
B: zweitens ja gut 6[das kann Sie
5[schneller]5 6[schneller]6
- 25 B: nicht interessieren]6 zweitens . ich kann nicht
- 26 K: ja dann/dann
B: jeden Kunden fragen . wie alt sind Sie
- 27 K: muß ich mir aber nen anderes Reisebüro ma
- 28 K: aussuchen denn wenn . Sie . (frage ich mich) so
B: hm
- 29 K: billig wie möglich von Bielefeld nach Köln
B: das könnt
- 30 K: und/
B: Sie mir jetzt sagen daß Sie's so zu mir gesagt
- 31 K: 7[das hab ich garantiert gesagt]7 & ich hab
B: ham das kann
7[betont]7
- 32 K: Ihnen nämlich noch/ Sie nämlich noch gefragt ob Sie
B: sein
- 33 K: ne eh ob's noch ne Möglichkeit der Ausflugskarte gibt
B:

- 34 K: & und da sachten Sie das gäb's nur ₈[Samstags
B: mhm

₈[gedehnt,
- 35 K: und Sonntags ₈ . ich wollte Freitags morgens fahm
B: ganz genau ja

betont ₈
- 36 K: . ₉[und ehm wenn Ihnen ₉ nich der Gedanke kommt gut
B: ja

₉[gedehnt ₉
- 37 K: . wenn ich nich so aussehe da . kann ich auch nischt
- 38 K: für . ehm . fragen . könnten Sie zumindest und Sie
B: mhm
- 39 K: sind die fachkundige Kraft an die ich mich in dem
- 40 K: Fall wende . und ich mach das nich im Bahnhof & weil
B: ja
- 41 K: das da immer so lange dauert und so streßig is
B: gut dann
- 42 B: sagen Sie mir Ihren Namen dann frag ich meinen
- 43 K: ja das wär sehr nett
B: Abteilungsleiter also ich . selber
- 44 B: zahl Ihnen das Geld nicht aus & wenn Sie einmal Ihren
- 45 K: ja ((Name K)) ..
B: Nachnamen bitte sagen gut . komm Sie
- 46 B: bei Gelegenheit dann noch ma vorbei & oder solln wir
- 47 K: mhm . och ich komm vorbei .
B: Sie anrufen ₁₀[wann ₁₀

₁₀[kurz ₁₀

- 48 K: mhm ja
B: . ich mein ₁₁[is eigentlich ja egal]₁₁ . wenn wir
₁₁[schneller]₁₁
- 49 K: komm ich/
B: ne Auszahlung machen liegt das Geld hier ohne daß Sie
- 50 K: ja mhm gibt's denn/ na ja
B: sich darum kümmern müssen .
- 51 K: gut sonst/ sonst sprech ich mal mit dem Abtei/
- 52 K: Abteilungsleiter selber eh weil eh mu/ muß ja nich
B: könn Se gerne machen
- 53 K: jetzt sein ich komme dann morgen oder so vorbei
B: ja
- 54 K: ehm
B: okay ₁₂[ja bin dann auch selber da dann könn wir die
₁₂[schneller]₁₂
- 55 K: gut ham Sie noch ne Quittung wegen der
B: morgen ausschreiben]₁₂
- 56 K: Karte oder so oder geht das so in Ordnung
B: das geht so
- 57 B: in Ordnung sammel die Formulare schmeiß die nich weg
- 58 K: nee nein das is klar . ehm . das is ... ja fänd ich
X: ((Martinshorn))
- 59 K: schade denn . Ihr Reisebüro is mir empfohlen worden
- 60 K: von Freunden . aus der Uni und eeh/
B: also ich muß hier mal sehn
- 61 K: ich kann das mit der
B: jetz was er da zu mir sacht

- 62 K: Differenz in der Kasse verstehn nur d/ wissen Se das
B: _____ eh
- 63 K: is nich mein Problem & Sie sind die fachkundige Kraft
- 64 K: an die ich mich wende und das is in dem Fall Ihr
- 65 K: Fehler deswegen möcht ich das schon/
B: _____ okay den Fehler nehm
- 66 K: _____ okay schön Dank
B: ich aber nich an na gut wiedersehn

Theoretischer/methodischer Hintergrund

Das dargestellte Training, das gemeinsam mit Prof. Dr. Walther Kindt (Universität Bielefeld) entwickelt und erprobt wurde, basiert auf Untersuchungsergebnissen und Methoden der Diskursforschung. Spezifisch für die Diskursforschung ist, daß sie weitestgehend mit Aufzeichnungen authentischer Gespräche arbeitet, die verschriftet und dann einer detaillierten Analyse unterzogen werden. Trainings dieser Art sollten nur in Kooperation mit diskursanalytisch ausgebildeten Personen durchgeführt werden.

Besonderheiten und Vorteile gesprächsanalytisch fundierter Kommunikationstrainings sind insbesondere:

- **Wissensfundus über Muster und Organisationsprinzipien der Kommunikation.** Es kann auf den umfangreichen von der Diskursforschung erarbeiteten Wissensfundus über Muster und Organisationsprinzipien der Kommunikation einerseits und über typische Formen von Kommunikationsproblemen andererseits zurückgegriffen werden.
- **Authentische Gespräche als empirische Grundlage.** Die Diagnose von Kommunikationsproblemen erfolgt zentral durch die Analyse authentischer Gespräche des Alltags und aus der Berufspraxis.
- **Mikroskopische Analysemöglichkeiten durch Transkripte.** Die Verwendung von Transkripten ermöglicht sowohl im Makro- wie im Mikrobereich eine genauere und detailliertere Analyse der Genese von Kommunikationsproblemen.
- **Fokus auf Phänomene gesprächsstruktureller und interaktiver Art.** Die Diskursforschung eröffnet aufgrund ihrer anderen Sichtweise den Blick auf Phänomene, die üblicherweise kaum beachtet werden. Sie hat eine spezifische Perspektive auf gesprächsstrukturelle und interaktive Phänomene, die in den üblichen Trainings fehlt – mit der Konsequenz, daß diese Phänomene dort auch kaum ins Blickfeld geraten.

- **Trennung von Analyse und Beratung/Training.** Jeder Beratung und jedem Training geht die gründliche Analyse des empirischen Materials voraus. Kommunikationsprobleme (im Verständnis der Beteiligten und/oder des Analysanden) werden so systematisch und empirisch erhoben. Die zeitliche Trennung von Transkription und Analyse auf der einen Seite und Beratung und Training auf der anderen ermöglicht einen vollständigeren und systematischeren Überblick über auffällige und problematische Phänomene, als er bei einer Ad hoc-Besprechung zu erreichen ist.
- **Aushandlung.** Was relevante Kommunikationsprobleme sind, wird nicht vom Analytiker gesetzt, sondern dies wird mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der jeweiligen Institution ausgehandelt: Was sieht man gemeinsam als Problem? Was ist wie dringend?
- **Diskussion über Handlungsalternativen anstelle von Rezepten.** Zum faktischen Kommunikationsverhalten werden systematisch alternative Verhaltensweisen gesucht und diskutiert. Im Zentrum steht die Bewußtmachung der Alternativen und die Sensibilisierung für mögliche Verläufe der Kommunikation, nicht das Vorschreiben einzelner Verhaltensweisen (Rezepte). Die Teilnehmer sollen die Möglichkeit haben, aus dem Spektrum die Verhaltensweisen auszuwählen, die ihnen für die eigene Person am geeignetsten erscheinen.
- **Beratung und Training als zyklischer Prozeß.** Die Beratung und das Training werden nicht als einmaliger Akt verstanden, sondern als etwas, was sich rundenweise wiederholen sollte: Die alternativen Verhaltensweisen werden von den Mitarbeitern in ihrer beruflichen Praxis erprobt und in einer erneuten Beratung bzw. einem weiteren Training wird auf der Grundlage neuer Aufzeichnungen analysiert, ob sich diese Alternativen bewährt haben.

Thema 7: Voranalyse der Gespräche auf der Grundlage der Transkriptionen

Seminarleiter: Voranalyse

Übungsbeschreibung: Der Seminarleiter arbeitet die Kommunikationsprobleme in den Gesprächen heraus ohne den Zeitdruck von Ad hoc-Analysen.

Teil III: Zweiter Seminarblock

🕒 09.00

Plenum: Einstimmung durch den Seminarleiter

Übungsbeschreibung: Seminarleiter wiederholt kurz die Inhalte des ersten Seminarblocks und erklärt, was er in der Zwischenzeit mit dem Material getan hat.

Thema 8: Vollanalyse eines Gesprächs unter dem Gesichtspunkt der auftretenden kommunikativen Schwierigkeiten

 09.30

Plenum: Vollanalyse

Systematische Herausarbeitung der in einem Gespräch auftretenden Probleme zusammen mit den Teilnehmern

Übungsbeschreibung: Anhand eines Transkripts werden die Problemsituationen innerhalb des Gesprächs mittels der „Checkliste: Fragen für die Analyse“ in der Gruppe besprochen.

Checkliste: Fragen für die Analyse

Fragen zur Behandlung der Emotionalität

- Wo werden Gefühle des Kunden deutlich?
- Wird auf die Gefühle des Kunden eingegangen?
- Werden die Gefühle sofort behandelt?
- Ist die Anteilnahme für den Kunden zufriedenstellend und entlastend?

Fragen zur Beurteilung des Verständigungserfolgs

- Berücksichtigen die Gesprächsteilnehmer, daß ihr Partner evtl. andere Zielsetzungen verfolgt und nicht dasselbe Wissen hat?
- Übernehmen die Beteiligten wechselseitig die Perspektive voneinander?
- Ist das Gespräch klar untergliedert?
- Sind die Funktionen einzelner Gesprächsphasen eindeutig erkennbar?
- Gehen die Beteiligten in ihren Gesprächsbeiträgen wechselseitig aufeinander ein?
- Sind fachliche Erklärungen für den Kunden nachvollziehbar?
- Werden sprachliche Mittel zur anschaulichen Darstellung benutzt?
- Wieviel Fachvokabular wird verwendet?

Fragen zur Behandlung der Schuldfrage

- Entsteht evtl. der Eindruck, daß der Mitarbeiter die Verantwortung für das Problem abwälzen will?
- Besteht die Gefahr, daß Mitarbeiteräußerungen als indirekte Beschuldigung des Kunden mißverstanden werden?
- Kommen bei der Diskussion über mögliche Problemursachen Emotionen auf?
- Wird das Problem als Ausnahmefall behandelt?

Fragen zur Beziehungsgestaltung

- Welche Signale und Äußerungen geben Aufschluß über die Beziehung der Gesprächspartner?
- An welchen Stellen wechseln die Gesprächspartner zwischen Sach- und Beziehungsthemen?
- Verhalten sich die Partner kooperativ zu den Gesprächszielen des jeweils anderen?

 **12.00**

Mittagessen

Thema 9: Die Liste der kommunikativen Probleme

 **13.30**

Plenum: Liste der kommunikativen Probleme

Übungsbeschreibung: Zusammen mit den Teilnehmern werden die wichtigsten kommunikativen Schwierigkeiten, die sich in den Analysen der Gespräche ergeben haben, zusammengestellt.

Überblick
verschaffe

Beispielliste aus einem Seminar

Mit den Aufgaben des Handlungsschemas verbundene Probleme

- (1) Fehlende Reaktion auf Emotionalität
- (2) Vorschnelle Problemtypisierung (durch den Reklamationsbearbeiter)
- (3) Unzureichende Problemdefinition und -ratifizierung
- (4) Vorschnelle Schuldabweisung (durch das Unternehmen)
- (5) Zu ausführliche Erklärungen für die Problementstehung
- (6) Unangemessene Beziehungsfestlegung
- (7) Vage Aussagen über Entschädigung/Wiedergutmachung

Allgemeine Verständigungsprobleme

- (8) Unzureichende Explikation und Kompensation unterschiedlicher Wissenshintergründe und Relevanzsetzungen
- (9) Mangelnde Perspektivenübernahme
- (10) Typisierungen und Vorurteile
- (11) Unfaire Argumentationen
- (12) Unzureichende Redekooperation und Gesprächsstrukturierung

Thema 10: Vergleichende Analyse unterschiedlicher Realisierungen einzelner kommunikativer Aufgaben in den Gesprächen

 **14.15**

Plenum: Vergleich


Wirkungen einzelner Gesprächsinhalte und -formen erkennen

Übungsbeschreibung: Die TeilnehmerInnen sollen für einzelne kommunikative Aufgaben des Handlungsschemas herausarbeiten, auf welche unterschiedlichen Arten sie in den verschiedenen Gesprächen realisiert wurden. Sie sollen diese Unterschiede begrifflich fassen und mögliche Wirkungen der verschiedenen Lösungsformen reflektieren.


 **16.30**

Ende erster Seminartag

Thema 11: Alternativenfindung und Erprobung

 **09.00**

Plenum: Seminarleiter gibt Wiederholung vom Vortag

 **09.30**

Plenum: Entwicklung von Alternativen für problematische Gesprächsabschnitte

Rollenspiel

Aufbrechen „eingefahrener“ Gesprächsmuster

Übungsbeschreibung: Aufnahmen werden vorgespielt und an Stellen gestoppt, an denen problematische Aufgaben des Handlungsschemas bearbeitet werden. Die Teilnehmer sollen verschiedene Fortsetzungsmöglichkeiten für das Gespräch finden und diese dann auch praktisch erproben.

Abschluß: Empfehlungen für Reklamationsgespräche

 **12.30**

Plenum: Abschließender Input des Seminarleiter

Übungsbeschreibung: Seminarleiter gibt eine Zusammenfassung allgemeiner Empfehlungen, die sich aus den verschiedenen Analysen ergeben haben.

Empfehlungen für Reklamationsgespräche

Die Analysen der Simulationen zeigen, daß häufig Probleme entstehen, wenn die folgenden Grundsätze nicht beachtet werden. Die Empfehlungen gelten natürlich nicht für alle Situationen, Fälle und Kunden, sondern sie sollten als Orientierungshilfe verstanden werden.

- (1) Das Anliegen ist dem Kunden so wichtig, daß er anruft bzw. schreibt. Nehmen Sie den Fall genauso ernst.
- (2) Für Sie ist das Anliegen ein „Fall von ...“, für den Kunden ist es ein Einzelfall mit entsprechender persönlicher Betroffenheit. Tun Sie alles, um das Anliegen des Kunden als individuellen Problemfall zu behandeln.
- (3) Alles, was für Sie selbstverständlich ist (Fachbegriffe, firmeninterne Abläufe und Regelungen etc.), ist dem Kunden fremd.

Erläutern Sie deshalb dem Kunden die Hintergründe in angemessener Weise und beschreiben und erklären Sie dem Kunden, was Sie tun. Auf diese Weise können Sie auch Verständnis für die Perspektive des Unternehmens wecken.
- (4) Gehen Sie auf Emotionen des Kunden *sofort, intensiv und ausführlich* ein. Bestätigen Sie, daß seine Gefühle verständlich und aus seiner Perspektive berechtigt sind, und teilen Sie seine Bewertungen wenn möglich. (Dies ist etwas anderes, als ihm inhaltlich recht zu geben.)
- (5) Vermeiden Sie Äußerungen, die der Kunde als ein Abwälzen von Schuld (auf den Kunden, den Handel etc.) mißverstehen kann. Halten Sie die Schuldfrage (bis zu ihrer definitiven Klärung) offen.
- (6) Vermeiden Sie 100 %-Formulierungen bezüglich der Schuldlosigkeit des eigenen Unternehmens.
- (7) Machen Sie keine vagen Zusagen für Entschädigungen. Verdeutlichen Sie den Kunden vielmehr den *genauen* Rahmen für Entschädigungsleistungen. Machen Sie dem Kunden deutlich, welche(n) Entschädigung/Ersatz Sie unabhängig von der Ursachenklärung gewähren.
- (8) Versuchen Sie nicht, den Kunden im Reklamationsgespräch auf eine positive Einstellung zu Firmenprodukten oder zum Unternehmen kommunikativ festzulegen. Eine anteilnehmende und gründliche Behandlung der Reklamation ist Werbung genug.
- (9) Vermeiden Sie Fachvokabular (Charge, Kontamination, Codierung etc. etc.), sofern Sie es nicht erläutern.

Und als ganz allgemeine Empfehlungen:

Ihre Ziele sind nicht vorrangig. Versetzen Sie sich in die Lage des Kunden, hören Sie gründlich zu, stellen Sie viele Fragen, gehen Sie auf seine Gefühle und auf das, was er sagt, ein.

Wenn Sie das getan haben, können Sie auch zunehmend erwarten, daß sich der Kunde auf Ihre Perspektive einstellt. Auf diese Weise kann eine kooperative Problemlösung und eine positive Beziehung zum Kunden erreicht werden.

🕒 13.00

Abschied